

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB RABBANI DI BUTIK QTA PONOROGO

Eky Jumrotul Laila

Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya
eky.jumrotul@gmail.com

Tri Sudarwanto

Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya
trisudarwanto@unesa.ac.id

Abstrak.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang membeli jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo. Data primer diperoleh dari angket dengan 75 responden menggunakan Accidental Sampling. Kemudian data akan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan menggunakan uji t bahwa variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan, sehingga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dan variabel harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan, sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Menggunakan metode data regresi linear berganda $Y = 1,731 + -0,072X_1 + 0,486X_2$. Dengan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,314 artinya 31,4%. Variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2).

Kata Kunci: Kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.

Abstract

This study aims to determine the influence of quality product and price to the purchase decision of Rabbani's jilbab at QTA Boutique Ponorogo. The type of this research is descriptive with quantitative approach. The subject of this study is the consumer of Rabbani's jilbab in QTA Boutique Ponorogo. This study collected primary data from the questionce with 75 respondence using Accidental Sampling as the method. Then the data will be analize using analysis regression linear doubled. This result of this study can conclude with t test that quality product (X_1) has negative and not significantly influence, so that's didn't have an impact to purchase decision (Y) and price (X_2) has a positive and significant influential, so that's have an impact to purchase decision (Y). Based on the result, it is obtained a regression equation of $Y = 1,731 + -0,072X_1 + 0,486X_2$. With coefficient of determination (R square) equal to 0,314 that's mean 31,4%. Y variabel can be explain by quality product (X_1) and price (X_2).

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring berkembang zaman, berkembang pula fashion ada di Indonesia telah dapat merubah perilaku masyarakat menjadi lebih motif dan kreatif. Dengan adanya berkembang fashion awalnya konsumen memakai jilbab yang rumit beralih ke jilbab Rabbani yang mudah dipakai. Jilbab Rabbani dapat dipakai pada acara formal ataupun informal. Jilbab Rabbani sudah diminati oleh semua kalangan dari anak-anak sampai dewasa. Pemakaian jilbab Rabbani di daerah Ponorogo diantaranya santriwati mayak, gontor putri, satriwati Ngabar dan anak-anak SD, SMP dan SMA. Usaha jilbab Rbabni bergerak industri secara defakto berdiri sejak tahun 1991 sampai tahun sekarang. Jilbab Rabbani dengan

motif, desain dan warna yang bervariasi. Dengan harga jilbab Rabbani dengan harga yang bervariasi. Dengan adanya perubahan gaya hidup yang sering mempengaruhi pola konsumen, seperti apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen tentunya juga berbeda. Konsumen di sekitar Ponorogo memiliki kelas sosial dan pekerjaan yang berbeda. Sehingga dapat dipastikan memiliki gaya hidup yang berbeda. Namun gaya hidup konsumen pada jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo dapat diukur melalui pengukuran seseorang yang dapat dilihat dari aktifitas, minat dan pendapatan. Masyarakat Ponorogo adalah masyarakat yang sudah banyak memakai atau membeli jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo, karena jilbab tersebut mudah dipakai dan kualitas produk yang baik serta harga yang bervariasi.

Butik QTA Ponorogo adalah butik jilbab yang memasarkan merek dunia dengan model-model yang alternatif serta modern. Butik QTA Ponorogo mempunyai komitmen untuk selalu merefleksikan kreativitas dalam keindahan dan kesantunan. Butik QTA Ponorogo menjual jilbab Rabbani, zoya dan elzatta.

Perilaku memakai jilbab Rabbani pada generasi anak-anak samapai dewasa sangat didorong oleh keinginan konsumen menjadi trend an menjadi perhatian banyak orang. Terlebih lagi produk yang sering dibeli adalah produk fashion. Dalam memilih produk fashion konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk dan harga. Kualitas produk dari jilbab Rabbani antara lain :

Tabel 1

Kualitas produk jilbab Rabbani antara lain:

1. Model jilbab dapat digunakan berbagai acara, resmi atau santai
2. Bahan yang digunakan menyerap keringat
3. Kualitas jahitannya jilbab tersebut baik dan rapi
4. Mudah dan nyaman dipakai
5. Bahan yang digunakan sangat berkualitas, kain kaos, hyget dan tebal
6. Bentuk jilbab Rabbani menyesuaikan wajah dengan ukuran telah disediakan
7. Dicuci warnanya tidak luntur
8. Jilbab Rabbani tidak mudah rusak atau sobek
9. Memiliki ciri khas di depan pinggir jilbab terdapat logo Rabbani

Perusahaan akan menciptakan kepausan bagi paara konsumen dan selanjutnya konsumen akan loyalitas, sehingga konsumen merasa puas dan melakukan pembelian lagi, karena kualitas produk jilbab Rabbani sesuai dengan harapan atau keinginan konsumen.

Penelitian yang dilakukan di butik QTA Ponorogo peneliti mengambil variabel kualitas produk dan harga dari jilbab Rabbani yang digunakan, karena konsumen pembeli jilbab Rabbani mempertimbangkkn dari kualitas produk dan harga. Meskipun harganya mahal tetapi konsumen banyak yang membeli jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo. Berikut ini adalah daftar dari harga jilbab sebagai berikut:

Tabel 2

Daftar Harga produk jilbab Rabbani dengan produk jilbab lain

Jilbab Rabbani mulai dari harga Rp. 49.500 – Rp. 200.000
Jilbab Zoya mulai dari harga Rp. 49.000 – Rp. 104.000
Jilbab Elzatta mulai dari harga Rp. 33.000 – Rp. 150.000

Daftar harga tersebut menunjukan bahwa harga jilbab Rabbani dapat bersaing dengan outlet lainnya yang ada di Ponorogo, hal tersebut dapat memberikan pengaruh kepada konsumen baik untuk kalangan bawah ke atas maupun kalangan menengah atas untuk memutuskan pembelian jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo.

Tabel 3

Jumlah Produk Jilbab Rabbani, Zoya, dan Elzatta yang terjual per peace di Butik QTA Ponorogo dari bulan Januari –Maret 2017 :

Bulan	Rabbani	Zoya	Elzatta
Januari	315	50	100
Febuari	276	-	50
Maret	293	50	30
Jumlah	884	100	180

Sumber : Data penjualan pada tahun 2017 butik QTA Ponorogo

Dari tabel 3 penjuln jilbab Rabbani, zoya dan elzatta. Dari tabel tersebut bahwa jilbab Rabbani untuk penjualannya sangat banyak atau tinggi pada bulan terakhir 884, jilbab zoya berjumlah 100, dan jilbab elzatta berjumlah 180. Hal ini diketahui bahwa jilbab Rabbani memiliki harga yang sangat tinggi, sehingga peneliti ingin mengetahui mengapa dengan harga yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan jilbab lainnya.

Peneliti mengambil lokasi penelitian di butik QTA Ponorogo dan subjek penelitian yaitu konsumen yang membeli jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo. Jadi unsur-unsur pokoknya seperti kualitas produk dan harga ini variabel-variabel yang akan diteliti. Penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik QTA Ponorogo**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo.
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo.
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo.

Tujuan Masalah

Tujuan penelitian didasarkan pada rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian. Maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo.

KAJIAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut Sofyan (2010:212),”Kualitas (mutu) produk merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan

konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan”.

Adapun indikator kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini menurut Gavin, dalam Tjiptono dan Diana (2003:27) ada lima indikator kualitas produk sebagai berikut:

1. Kinerja produk (Performance)
2. Keandalan (Reliability)
3. Estetika (Aesthetics)
4. Daya tahan (Durability)
5. Kualitas yang dipersepsikan (Perceived Quality)

Harga

Hartono (2015:27) menjelaskan bahwa harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, karena harga dapat diubah dengan cepat. Suatu perusahaan harus menentukan atau menetapkan harga untuk pertama kali ketika mengembangkan dan memasarkan suatu produk.

Adapun indikator harga yang digunakan dalam penelitian ini menurut Kertajaya (2006) ada empat indikator harga sebagai berikut:

1. Kesesuaian dengan kualitas
2. Harga terjangkau
3. Daya Tarik
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Keputusan Pembelian

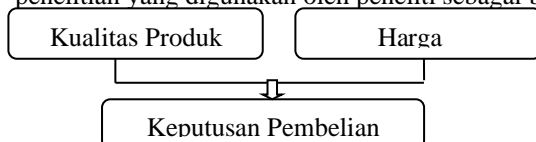
Basu Swastha dalam Mahmud (2014) keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Adapun indikator keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini menurut Setiadi (2003:15) ada lima indikator keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo. Adapun rancangan penelitian yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut:



Gambar 1
Rancangan Penelitian

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2013:61) mendefinisikan bahwa populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya

orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Jadi populasi untuk penelitian ini yaitu konsumen wanita yang membeli jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo, sehingga jumlah populasi sejumlah 295 didapat dari rata-rata jumlah penjualan, maka peneliti menarik sampel dalam penelitian dengan menggunakan sampel secara kebetulan. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 N &= \frac{295}{(295 \cdot 0,1^2) + 1} \\
 &= \frac{295}{(295 \cdot 0,01) + 1} \\
 &= \frac{295}{2,95 + 1} \\
 &= \frac{295}{3,95} \\
 &= 74,66216 \\
 &= 75 \text{ responden}
 \end{aligned}$$

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 75 responden dengan kesalahan sebesar 10%.

Teknik untuk pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Accidental Sampling*.

INSTRUMEN PENELITIAN

Peneliti menggunakan angket yang terstruktur dan angket tersebut langsung diberikan kepada responden atau konsumen. Dibawah ini instrument penelitiannya sebagai berikut:

Tabel 4
Tabel Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator
Kualitas Produk (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja produk (<i>Performance</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Estetika (<i>Aesthetic</i>) 4. Daya tahan (<i>Durability</i>) 5. Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived quality</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut aurat • Wanita lebih anggun • Dipakai menyesuaikan dengan wajah • Tidak mudah sobek dan rusak • Tidak mudah luntur • Dapat dipakai di cuaca panas atau dingin • Banyak model dan motif • Banyak warna • Mudah dipakai • Nyaman dipakai
Harga (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 2. Harga terjangkau 3. Daya tarik 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Harga jilbab Rabbani sesuai dengan keawetan jilbabnya • Harga sesuai dengan kualitas produk jilbab Rabbani • Harga terjangkau • Harga harus berbeda dengan

		outlet lainnya • Harga jilbab Rabbani bervariasi • Harga jilbab Rabbani lebih murah apabila dengan member card • Harga sesuai dengan manfaat jilbab Rabbani
Keputusan pembelian (Y)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian	• Kebutuhan untuk jilbab Rabbani muncul dari internal • Mencari informasi tentang jilbab Rabbani dari diri sendiri langsung ke butik QTA Ponorogo • Mencari informasi tentang jilbab Rabbani dari teman, majalah atau media lain • Membandingkan produk jilbab Rabbani dengan produk lain sebelum membelinya seperti corak, model dan warna • Merasa puas dan sesuai keinginan atau harapan konsumen tentang jilbab Rabbani dan pembelian ulang

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang telah digunakan penelitian dalam memperoleh data dan bahan yang diperlukan dalam penelitian adalah dengan menggunakan angket. Tujuan penyebaran angket yaitu untuk mengukur persepsi responden dengan skala likert. Peneliti menggunakan angket tertutup dimana pernyataan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberikan jawaban pada satu pilihan saja.

UJI VALIDITAS DAN UJI REABILITAS

Pada uji validitas penelitian melalui angket yang dicobakan kepada responden, responden yang digunakan beranggota atau berjumlah 30 responden. Dengan instrument ini dibagikan sebelumnya jumlah sampel 75 responden. Berikut ini hasil uji validitas penelitian dalam 30 responden sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Validitas

Item	Person Correlation	Sig Hitung	Keterangan
------	--------------------	------------	------------

Kualitas Produk (X ₁)			
X _{1.1}	0,549	0,002	Valid
X _{1.2}	0,859	0,000	Valid
X _{1.3}	0,632	0,000	Valid
X _{1.4}	0,953	0,000	Valid
X _{1.5}	0,537	0,002	Valid
X _{1.6}	0,545	0,002	Valid
X _{1.7}	0,880	0,000	Valid
X _{1.8}	0,748	0,000	Valid
X _{1.9}	0,876	0,000	Valid
X _{1.10}	0,646	0,000	Valid
X _{1.11}	0,804	0,000	Valid
Harga (X ₂)			
X _{2.1}	0,832	0,000	Valid
X _{2.2}	0,803	0,000	Valid
X _{2.3}	0,716	0,000	Valid
X _{2.4}	0,555	0,001	Valid
X _{2.5}	0,514	0,004	Valid
X _{2.6}	0,560	0,001	Valid
X _{2.7}	0,596	0,001	Valid
X _{2.8}	0,840	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
Y ₁	0,492	0,006	Valid
Y ₂	0,701	0,000	Valid
Y ₃	0,666	0,000	Valid
Y ₄	0,770	0,000	Valid
Y ₅	0,665	0,000	Valid
Y ₆	0,511	0,004	Valid

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2017)

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas pada variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian dapat dikatakan valid karena setiap pernyataan memiliki nilai pearson correlation > 0,361.

Dibawah ini hasil uji reabilitas dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Item	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,773	0,60	Reliabel
Harga (X ₂)	0,767	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,755	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh Penulis (2017)

Berdasarkan tabel 6 bahwa nilai Cronbach Alpha pada variabel kualitas produk dengan nilai 0,773 dan variabel harga dengan nilai 0,767 serta variabel keputusan pembelian dengan nilai 0,755 adalah reabilitas karena nilai Cronbach Alphanya >0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item instrument atau angket yang digunakan reliabel dan layak digunakan untuk mengumpulkan data.

TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Ghozali (2009:147) menjelaskan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*).

c. Uji heteroskedastisitas

Ghozali (2009:125) mendefinisikan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

d. Uji Linearitas

Ghozali (2009:166) uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak.

2. Metode Analisis Data

a. Analisis regresi linear berganda

Riduwan (2012:155) mendefinisikan analisis regresi linear berganda merupakan alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsi atau kausal antara dua variabel bebas atau tidak dengan satu variabel terikat. persamaan regresi berganda sebagai berikut. Riduwan (2012:155):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta dari persamaan regresi

b₁= Koefisien regresi dari kualitas produk

X₁= Variabel kualitas produk

B₂= Koefisien regresi dari harga

X₂= variabel harga

b. Analisis koefisien determinasi (R²)

Ghozali (2012:97) Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinansi adalah antara nol dan satu.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh X terhadap Y secara parsial atau individu. Mengetahui variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dapat dibandingkan antara nilai probabilitas signifikannya dengan derajat kepercayaan 5% (0,05).

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Uji F dapat dijelaskan menggunakan analisis varian (*analysis of variens* = ANOVA).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 7

Karakteristik Responden

Karakteristik		Jumlah	Persentase
Usia	15-25 tahun	35	46,7%
	26-35 tahun	25	33,3 %
	36-45 tahun	10	13,3%
	46-50 tahun	5	6,7%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	27	36 %
	PNS	19	16%
	Pegawai Swasta	12	25%
	Wiraswasta	14	18 %
	Ibu Rumah Rangka	3	5 %
Pendapatan	<Rp 500.000	17	22,7 %
	Rp 500.000 – Rp 1.500.000	25	33,3%
	Rp 1.600.000 – Rp 3.000.000	20	26,7%
	Rp 3.100.000 – Rp 5.000.000	9	12%
	>Rp 5.000.000	4	5,3%
Berapa Kali Membeli	1 Kali	9	12% %
	2-3 Kali	22	29,3%
	4-5 Kali	12	16%
	> 5 Kali	32	42,7 %

Sumber: Hasil angket

Disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah adalah usia terbanyak adalah 15-25 tahun sebanyak 46,7%. Pekerjaan responden terbanyak adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 36%. Pendapatan terbanyak Rp 500.000 – Rp 1.500.000 sebanyak 33,3%. Jumlah pembelian berapa kali terbesar >5 kali sebesar 42,7%. Semua responden (100%) disimpulkan bahwa pernah membeli jilbab Rabbani di butik QTA Ponorogo.

HASIL ANALISIS DATA

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berikut hasil dari uji normalitas:

Tabel 8

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^a	Std. Deviation	1.23721849
Most Extreme	Absolute	.104
Differences	Positive	.049
	Negative	-.104
Kolmogorov-Smirnov Z		.900
Asymp. Sig. (2-tailed)		.393

a. Test distribution is

Normal.

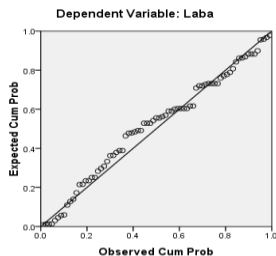
Sumber: Hasil SPSS 16.0 for windows

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Signifikansi sebesar 0,393 > 0,05, sehingga dapat

disimpulkan bahwa data residual mengikuti distribusi normal.

Metode ini dapat dilihat dari analisis grafik histogram digunakan untuk melihat normalitas residual yang telah membandingkan antara data observasi dengan melihat probability plot yang telah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Adapun penjelasan hasil keduanya adalah sebagai berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

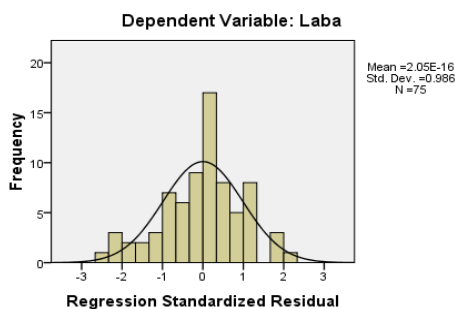


Gambar 2
Grafik Normal Plot

Berdasarkan gambar 4.1 grafik normal plot dapat diketahui bahwa pola data menyebutkan disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dapat dikatakan bahwa data penelitian sudah memenuhi uji normalitas, sehingga sudah layak untuk diolah dengan analisis regresi.

Dibawah ini uji normalitas dengan melalui histogram:

Histogram



Gambar 3
Grafik Histogram

Berdasarkan gambar diatas bahwa tampilan histogram menunjukan pola yang membentuk lonceng dan memiliki nilai Sdt. Dev sebesar 0,986 > 080 dapat disimpulkan bahwa distribusi data yaitu normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 9

Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
			Beta				

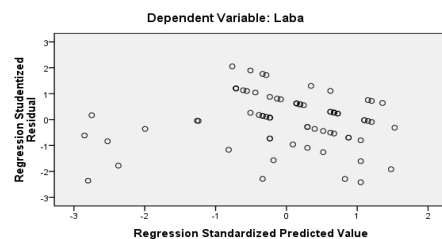
Constant	1.731	.609		2.842	.006		
X ₁	-.072	.129	-.055	-.556	.580	.932	1.073
X ₂	.486	.083	.577	5.879	.000	.932	1.073

Sumber: Hasil data SPSS 16.0 for Windows, data diolah penulis 2017

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa seluruh variabel bebas (X) digunakan dalam penelitian mempunyai nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 0,10, sehingga hal ini berarti persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Seluruh variabel bebas (X) dapat digunakan untuk penelitian. Jika nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10 maka tidak terjadi multikolonieritas.

c. Hasil uji Heterokedastisitas

Scatterplot



Gambar 4
Grafik Scatterplot

Dari gambar 4.3 terlihat bahwa penyebaran titik yang acak baik diatas maupun dibawah angka 0 dari sumbu Y. hal ini berarti model regresi. Bebas dari heterokedastisitas, sehingga seluruh variabel bebas (X) dapat digunakan untuk penelitian.

d. Hasil uji Linearitas

Tabel 10

Uji Linieritas
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.594 ^a	.353	.335	.05769	1.694

Sumber: Hasil data SPSS 16.0 for Windows, data diolah penulis 2017

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai R² sebesar 0,353 dengan jumlah responden 75 serta jumlah variabel bebas ada 2. Dapat dibandingkan dengan signifikan 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berbentuk linearitas atau memenuhi uji linearitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 11

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	Collinearity statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
			Beta				

Constant	1.731	.609		2.842	.006		Total		.370	75		
X₁	-.072	.129	-.055	-.556	.580	.932	Sum of Squares	1.073				
X₂	.486	.083	.577	5.879	.000	.932	Sum of Squares	1.073				

Sumber: Hasil data SPSS 16.0 for Windows, data diolah penulis 2017

Berdasarkan tabel 11 diatas dapat diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,731 + -.0,072X_1 + 0,486X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = 1,731

b₁ = -.0,072

b₂ = 0,486

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga

b. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 12

Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.560 ^a	.314	.295	1.254

Sumber: Hasil data SPSS 16.0 for Windows, data diolah penulis 2017

Berdasarkan tabel 12 diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi nilai R Square sebesar 0,314. Berrati bahwa besarnya kontribusi variabel bebas kualitas produk (X₁), dan harga (X₂), secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo yang sebesar 0,314 atau 31%, dipengaruhi oleh variabel lain dari luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 13

Hasil Uji t (Persial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	1.731	.609		2.842	.006
X₁	-.072	.129	-.055	-.556	.580
X₂	.486	.083	.577	5.879	.000

Sumber: Hasil data SPSS 16.0 for Windows, data diolah penulis 2017

b. Uji F

Tabel 14

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig
Regression	.131	2	.065	19.615	.000 ^a
Residual	.240	72	.003		

Sumber: Hasil data SPSS 16.0 for Windows, data diolah penulis 2017

Berdasarkan tabel 14 diatas dapat diketahui **F_{hitung}** sebesar 19,615 dan didukung oleh tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya < 0,05 atau 5%. Sehingga kualitas produk (X₁) dan harga (X₂) memiliki nilai adjusted R Square sebesar 0,295 mempunyai pengaruh yang secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y) di Butik QTA Ponoogo.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji t dan hasil uji F disimpulkan bahwa kualitas produk (X₁) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan harga (X₂) memiliki pengaruh yang parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Harga memiliki kontribusi yang besar. Dibawah ini dapat dijelaskan:

1. **Pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara kualitas produk (X₁) dan harga (X₂) berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo.**

Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk daalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan tidak dilihat menurut kotler dan amstrong (2007). Jadi kualitas terkaitan dengan pelanggan atau konsumen, pemikiran konsumen dengan pemikiran produsen berbeda, sehingga produsen mengeluarkan prodduk yang bisa dikenal kualitas produk yang sebenarnya. Kualitas produk dibentuk oleh bebrapa indikator antara lain kinerja produk, kehandalan, estetika, daya tahan dan kualitas yang dipersepsikan.

Harga merupakan sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambahkan produk dengan membayar jumlah uang yang sudah menjadi patokan. Pada kenyataannya bahwa harga yang sesuai dengan keinginan konsumen lebih menonjolkan kesan.

Kualitas produk dan harga bisa dijangkau oleh konsumen merupakan salah satu alternative pilihan informasi bagi konsumen untuk memutuskan membeli atau tidak membeli suatu produk tersebut. Maka dari itu perusahaan harus menciptakan atau melakukan strategi-strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya.

2. **Pengaruh kualitas produk (X₁) tidak berpengaruh secara parsial dan harga (X₂) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo.**

Berdasarkan hasil uji t bahwa kualitas produk (X₁) memiliki pengaruh yang negatif tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan harga (X₂) memiliki pengaruh yang positif berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel yang

memiliki kontribusi terbesar adalah harga. Penjelasannya sebagai berikut:

a. **Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbanki di Butik QTA Ponorogo.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel kualitas produk (X_1) mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sehingga kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh yang sedikit daripada harga. Hal tersebut ditunjukkan bahwa konsumen memilih produk jilbab Rabbani tidak memandang dari kualitas produknya saja tetapi juga melihat dari harga yang paling penting.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk jilbab Rabbani mendapat tanggapan baik oleh konsumen. Dalam penelitian ini kualitas produk dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut telah dibuktikan dengan angket jawaban responden yang rata-rata setuju mengenai kualitas produk yang dimiliki oleh jilbab Rabbani seperti kinerja produk, kehandalan, estetika, daya tahan dan kualitas yang dipersepsikan.

b. **Pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbanki di Butik QTA Ponorogo**

Harti dkk (2015:27) Menjelaskan bahwa harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, karena harga dapat diubah dengan cepat. Suatu perusahaan harus menentukan atau menetapkan harga untuk pertama kali ketika mengembangkan dan memasarkan suatu produk. Dapat dibuktikan hasil penelitian bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,486 (positif) telah dinyatakan bahwa ada pengaruh yang searah antara harga (X_2) dengan keputusan pembelian (Y). Karena tanggapan konsumen sesuai dengan harapannya, telah dibuktikan pada jawaban responden rata-rata menjawab setuju keterjangkauan harga dan harga sesuai dengan kualitas produknya

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan, sehingga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo.
2. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan, sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo.
3. Secara simultan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan antara lain:

1. Persaingan dalam sebuah bisnis fashion semakin ketat dan pesat bagi perusahaan disarankan untuk meningkatkan kualitas produk dengan melakukan inovasi-inovasi produk seperti model, warna dan bentuk supaya lebih menarik konsumen, artinya untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut yang selalu berubah.
2. Semakin ketatnya persaingan untuk bisnis fashion jilbab Rabbani diharapkan perusahaan butik QTA Ponorogo untuk selalu mempertahankan konsumen dengan menjaga kualitas produk yang baik dan harga yang stabil dengan pesaing butik sejenis, sehingga konsumen dapat memenuhi harapannya untuk mendapatkan kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, Rarest. 2015. *The effect of the price, promotion, location, brand image and quality products towards the purchase decision of consumers at bengkel gaoel store manado town square*. Jurnal EMBA, Vol. 3, No 2, Edisi Juni 2015.
- Fandy Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gavin, dalam Fajar 2003. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harti dkk. 2015. *Strategi Pemasaran*. Unesa University Press.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabetha.
- Kertajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Edisi Soft Cover. Bandung: Mizan Media utama
- Kotler Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Jilid 2, Terjemahan Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks, New Jersey.
- Locana. 2015. *Pengaruh harga, promosi, merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian jilbab elzatta di plaza royal Surabaya*. Universitas Negeri Surabaya.
- Mariani. 2015. "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Pada Industri UKM Amplang UD.Sinar Rejeki Di Samarinda". *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 3 (2): hal 388-402.
- Riduwan. 2012. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha Basu. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.

- Setiadi. (2013). *Konsep dan Penulisan Riset keperawatan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sofyan. 2010. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Schiffman dan kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. 2006. *Statistik Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Kedua Puluh Dua. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Pendidikan Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Handoko, T. Hani 2000. *Manajemen Pemasaan, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Starategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C,W. 2006. *Manajemen Riset Strategi dan Implikasi Riset Modern*. Jakerta: Salemba Empat.
- Wening Mustikasari. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopiah Merek gading gajah Gresik*.
- Widoyoko, E. P. 2014. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustska Pelajar.
- Zuriah, Nurul. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

1.

